VR 技术对新闻传媒业态的影响研究

王紫萱
（辽宁广播电视台文艺中心，辽宁 沈阳 110000）

摘　要：VR 技术从其诞生之初就被广泛应用于新闻传播行业，经过多年发展，VR 新闻的传播主体日益多元化，传播渠道逐渐多样化，传播内容逐渐类型化，传播效果呈现出明显的分层化特征。VR 技术的产生在很大程度上提升了新闻传播的真实性，满足了媒体技术转型的需求，实现了媒体与受众间的交互传播，促使主流媒介调整传播“语态”。但是，VR 技术在促进新闻行业发展的过程中也带来了一系列消极影响，如“技术中介”成为新的控制中心，移情效果引发虚假需求，强化技术的重要作用，造成一定的资源浪费等。文章通过分析 VR 新闻的发展现状以及 VR 技术带来的积极影响与消极影响，探索其未来发展方向，以期为以后的相关研究提供借鉴。

关键词：VR 技术；新闻传媒业态；技术中介；VR 新闻；媒体融合　　**中图分类号：**G210.7　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）07-059-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.07.016
本文著录格式：王紫萱 .VR 技术对新闻传媒业态的影响研究 [J]. 中国传媒科技，2021（07）：59-61.

VR 技术即虚拟现实技术，是指将现实环境中真实存在的画面通过技术手段呈现出来，用户仅需借助专业眼镜就可以看到经由技术还原的画面，并进入其中与之进行互动。VR 技术的出现并不是一蹴而就的，而是经过了漫长的历史发展过程。始于 20 世纪六七十年代的美国新新闻主义被认为是 VR 新闻报道的开端，此后，VR 新闻延续了故事化报道方式，并注重用第一人称视角进行新闻报道，这对提升报道效果来说是非常重要的。VR 技术的发展在很大程度上促进了新闻行业的发展，提升了媒体在受众心目中的公信力，但是这种由技术推动的发展依然存在较大问题，这就使得在新时代探索 VR 技术对新闻传媒业态的影响具有非常重要的现实意义。

1. VR 新闻的发展现状

1.1　传播主体多元化

首先，传统媒体积极发展自己的 VR 新闻。传统媒体是以广播、电视、报纸为代表的大众传播媒体，传统媒体因其诞生时间早且在新闻内容生产方面拥有丰富的经验，可以为 VR 新闻提供大量的优质内容，因此传统媒体成为 VR 新闻的主力军之一。例如，《人民日报》作为我国最具影响力的传统媒体之一，在 2015 年“9•3”阅兵期间将 VR 技术应用于阅兵现场报道，自此引发了受众群体对 VR 新闻的关注。其次，网络媒体开辟 VR 新闻新天地。与传统媒体相比，网络媒体具有海量存储以及互动性较强等特点，这些特点与 VR 新闻不谋而合，因此，近些年来，VR 新闻成为网络媒体的主要发展方向，例如新浪网在发展过程中创办了“VR 奇点”栏目。[1]

1.2　传播渠道多样化

首先，各大媒体网站成为 VR 新闻的传播渠道之一。媒体网站是传统媒体与新媒体融合发展的产物，既具有传统媒体的内容专业性特征，又拥有新媒体时效性较强等优势，在用户群体中具有较强的影响力。近些年来，各大媒体网站都凭借自己的“媒体”形象开始争夺在网络时代的话语权，传播 VR 新闻就成为媒体网站的主要竞争手段之一。例如，我国的各大主流媒体网站如新华网、央视网、光明网等纷纷设立了 VR 专区，用以传播 VR 热点新闻，以此吸引用户的注意力。其次，移动客户端、社交媒体成为了 VR 新闻的传播主阵地。2016 年，爱奇艺率先宣布打造属于自己的 VR 新闻，并在爱奇艺 App 上开设 VR 新闻专区；微博以及微信等社交平台利用自己的传播优势转发相应的 VR 新闻，并引导用户群体进行阅读。

1.3　传播内容类型化

首先，VR 新闻多集中在社会热点事件报道中。社会热点事件多是与人民群众利益切身相关的新闻事件，在 VR 新闻诞生之前，媒体多以平面形式报道社会热点事件，如文字、图片、视频等。这虽然也可以起到传播信息的重要作用，但是很难引起人们的情感共鸣，而 VR 新闻可以将新闻事件真实、完整地呈现在人们面前，例如网易新闻《春运百态图鉴》VR 新闻中向用户群体介绍了春运过程中的真实画面，拉近了新闻报道与用户群体之间的距离，提升了用户的情感体验。其次，重大灾难事件也成为 VR 新闻的主要内容。灾难事件的影响力较大，且其发生时间较短，传统的新闻报道方式难以准确呈现灾难发生时的情况，而 VR 新闻则可以通过技术手段还原当时的情况，这就有助于人们获得更加真实以及全面的信息。

1.4　传播效果分层化

首先，VR 新闻的阅读量差异较大。VR 新闻作为一种全新的新闻呈现形式，虽然可以引起人们的注意力，但由于在传播过程中具有一定的局限性，并不适用于所有新闻内容的传播，而且不同内容的新闻会有不同的传

播效果。根据大数据分析显示，灾难VR新闻的热度最高，社会热点新闻次之，时事政治新闻再次之。其次，用户群体对特定内容的兴趣较大。虽然现阶段各大媒体以及视频网站都在发展自己的VR新闻，甚至VR新闻已经出现日常化趋势，但是在众多的VR新闻类型中仅有“特别定制款”等得到用户个群体的青睐，例如VR全景视频以及VR全景图片等。[2]

2. VR技术对新闻传媒业态的积极影响

2.1 提升了新闻传播的真实性

VR技术可以在很大程度上提升新闻传播的真实性。首先，VR新闻可以借用技术还原真实的新闻场景。新闻事件尤其是灾难新闻事件是在瞬间发生的，无论是记者还是在场者都很难在新闻发生时将其准确记录下来，这就使得新闻报道具有一定的滞后性以及主观性，即使新闻媒体制作了相应的动态图也难以获得较好的传播效果。VR技术可以真实地还原事件现场以及发生过程，并且实现与用户之间的互动，进而帮助用户在互动过程中获得更加真实的感受。其次，VR技术可以为用户带来“沉浸式体验”效果。所谓“沉浸式体验”是指用户进入新闻现场中，感受新闻事件发生时真实的感受，如视觉、触觉、味觉感受等。VR技术在还原新闻现场画面时可以为用户提供真实的新闻场景以及主观感受，这就有助于为用户带来“沉浸式体验”效果。

2.2 满足了媒体技术转型的需求

纵观传播媒介发展史不难发现，技术的发展是促进媒介发展进步的重要因素，例如造纸术的产生促进了报纸的出现与发展；数字传输技术以及网络传输技术的发展在很大程度上促进了电视媒介以及网络视频直播的发展等。VR技术的出现则为传媒业带来了新的变革。据《中国传媒产业发展报告》显示，新媒体的市场份额于2011年超越传统媒体，此后传统媒体便一蹶不振，市场占比一年不如一年。这一方面是因为与咬文嚼字的传统媒体相比，广大网友更喜欢通俗易懂的新媒体，另一方面则是因为传统媒体在传播技术手段上远落后于新媒体。随着VR技术的出现，传统媒体发现了新的发展契机，纷纷开展VR新闻业务，以期重新赢得市场、赢得用户，例如央视新闻在自身的App平台中开拓了VR专区。[3]

2.3 创新了新闻报道呈现形式

在大众传媒时代，新闻多是通过文字、音频、文字+视频+同期的形式进行传播，这种传播方式虽然可以达到传播信息的目的，但是呈现方式较为匮乏。在早期的融媒体时代，随着网络技术的发展，无论是用户还是专业的新闻媒体都可以通过文字、视频、音频、图片等形式进行信息传播，这在很大程度上丰富了信息传播方式，但是这种呈现方式依然无法实现与用户间的互动。随着VR技术的出现与发展，用户可以借助专业眼镜进入新闻场景中，并且与场景中的内容进行互动，进而获得真实的体验，这就在很大程度上突破了过去以静态为主的新闻呈现方式，不仅能够以动态形式进行呈现与传播，而且可以在很大程度上实现与用户间的互动，创新新闻报道呈现形式。

2.4 促使主流媒介调整传播“语态”

“语态”是指语言表达方式。[4]在大众传媒时代，主流媒体在报道新闻时喜欢通过引经据典等方式提升新闻语言的专业性与文学性，但是这种报道方式与受众喜好不同，形成了新闻媒体与受众群体“各自为营”的状况，这就不利于提升新闻媒体在受众心目中的地位，也不利于新闻报道取得较好的传播效果。VR新闻是指以讲故事口吻报道新闻的一种特殊类型，其将生涩、复杂的新闻事件以直观的形式进行传播，并且通过故事化表达的方式解释事件背景以及原因，正因为如此，VR新闻在诞生之初就赢得了用户群体的追捧。随着VR新闻影响力的逐步扩大，传统媒体逐渐意识到了自身存在的问题，纷纷调整“语态”以迎合用户群体的需求以及喜好，促进传统媒体的转型发展。

3. VR技术对新闻传媒业态的消极影响

3.1 “技术中介”成为新的控制中心

媒体传播领域的“技术中介”是指拥有先进技术的人或者组织，他们可以在很大程度上影响媒体的发展。在新闻传播领域，针对技术的影响存在三种完全不同的理论，分别是“技术恶论”“技术善论”“技术中性论”。“技术善论”认为技术必会将人类带入高度发展、高度文明的“乌托邦社会”；“技术恶论”认为技术是万恶之源，技术的发展会抢走人们的饭碗，降低人们的生活安全感，进而增加社会的不稳定因素；“技术中性论”认为技术是存在的，其自身无所谓善与恶，影响技术走向善或者走向恶的因素是拥有技术的人，而拥有技术的人就是指“技术中介”。随着VR技术的发展与进步，其在人们的生活中扮演着越来越重要的角色，这大大增加了“技术中介”的权力，使得其成为新的控制中心。[5]

3.2 移情效果激发的虚假需求

移情效果是指用户在体验VR新闻的过程中会感受到与画面场景或内容相符的情感色彩。例如，用户在借助专业眼镜进入VR技术创造的灾难新闻虚拟世界中，会看到灾难事件发生的真实现场，同时还可以身临其境地感受灾难对人们产生的影响，这就是VR技术的移情效果。但是借用VR技术传播的新闻并不一定都是符合社会主义主流价值观的内容，有些内容会涉及琳琅满目的商品甚至体现出一定的奢侈化倾向。在媒介议程设置功能以及拟态环境作用下，人们会认为在VR新闻中呈现的价值观倾向以及消费趋势就是对真实生活的反映，这会在很大程度上激发人们的虚假需求。

3.3 VR技术存在泄露隐私的风险

随着VR技术的进一步发展，私人领域与公共领域之

间的界限越来越模糊，这就大大增加了隐私泄露的风险。VR 技术的发展主要依靠可穿戴设备，用户通过可穿戴设备进入 VR 技术提供的虚拟世界时，他们的头部动作、面部表情以及脑电波等数据都会被可穿戴设备记录并保留下来，VR 技术拥有者通过分析这些数据信息可以准确判断出人们的喜好，进而创造出更加符合人们需求的虚拟世界。这虽然在一定程度上有利于实现“精准传播”，但是这些数据容易被各种商业公司利用，进而造成用户隐私泄露。[6]

3.4 造成了一定的资源浪费

VR 技术造成的资源浪费主要体现在其成本较高、耗资巨大方面。随着 VR 技术的快速发展以及 VR 新闻的出现，各大主流媒体为了在新一轮的竞争中掌握主导权纷纷开始开创自己的“VR”世界。但是很多地方的主流媒体经济实力较差，且社会影响较小，如果盲目发展 VR 技术、VR 新闻，就会增加经济压力，而且现阶段很多县市级主流媒体存在较大的人才缺口，缺少能够熟练运用 VR 技术的人。如果他们忽略了这些现实情况，盲目跟风，即使拥有了专业的 VR 制作场所也会因为缺少专业运营团队而闲置，从而造成大量的资源浪费。

4. VR 技术在新闻传媒中的发展方向

4.1 深化对媒介技术的融合

首先，深化 VR 技术与 5G 技术的融合。2019 年，5G 技术在我国正式商用，这标志着我国正式进入了 5G 时代。5G 技术的发展为人们提供了更快的传输速度，并进一步扩大了存储空间，为很多行业都带来了新的发展契机。VR 技术虽然在 4G 时代就有了广泛使用，但是由于网络传输速度较慢，用户在体验过程中会产生眩晕感，因此 VR 技术应当积极与 5G 技术融合发展，借用 5G 技术的高速度传输提升用户体验效果。[7] 其次，深化 VR 技术与大数据技术的融合。VR 技术在发展过程中离不开大数据技术的支持，因为利用 VR 技术创造的每一个虚拟世界都需要海量数据的支撑，因此 VR 技术要深化与大数据技术的融合发展，进而创造出更加符合用户需求的 VR 新闻。

4.2 强化对传播内容的融合

首先，VR 技术要注重整合新闻资源。无论是传统媒体还是新媒体都注重挖掘与人们日常生活息息相关的内容，这不仅符合“新闻”的要求，也符合其“耳目喉舌”地位的要求。但是这种报道倾向使得社会中很多“小众”新闻被大众忽略。所以 VR 技术在发展过程中应当注重整合新闻资源，加强内容创新，充分发挥“长尾效应”的重要作用。其次，VR 技术要强化与传统媒体的合作。VR 新闻是 VR 技术与传统媒体合作的产物，其从诞生之初就受到了人们的追捧，从这个角度来看，强化 VR 技术与传统媒体的合作是一种双赢选择，所以 VR 技术应当从内容、形式等方面强化与传统媒体的融合。[8]

4.3 提升用户体验效果

首先，要改善用户的交互式体验效果。VR 技术的重要特点之一就是可以为用户群体提供交互式体验，这种体验方式将过去需要用户理解的抽象内容转化为了直观的感官体验，这虽然可以强化用户对新闻内容的理解，但是也增加了人们的行为惰性，使其在沉迷于感官感受的过程中丧失了理性思考能力，因此，VR 技术应当改善自身的交互式体验，通过在虚拟世界中创设问答活动等形式活跃体验者的思维。其次，VR 技术在发展过程中要注重引导用户理性思考。VR 技术要充分展现理性思考的魅力，促使用户发现理性思考的价值所在。

结语

加拿大著名学者麦克卢汉曾经指出，任何新兴媒介的诞生都会开创人类感知和认识世界的方式，传播中的变革改变了人们的感觉，也改变了人们的行为方式，并进而创造出新的社会行为类型。VR 新闻的发展印证了麦克卢汉的这一观点。VR 技术的诞生为用户带来了“沉浸式体验”，这种行为方式是传统媒体无法实现的。VR 技术的诞生与发展在很大程度上促进了媒体行业的发展，虽然其本身具有的“技术性”特征滋生了一系列社会问题，但是从目前来看，我们可以通过深化对媒介技术的融合、强化对传播内容的融合、提升用户体验效果等方式促进 VR 技术在新闻传媒业态中的进一步发展。媒

参考文献

[1] 孙婷 .VR 与新闻的融合研究 [D]. 苏州：苏州大学，2020.
[2] 周栋楠 . 全媒体时代 VR 新闻生产优化研究 [D]. 兰州：兰州财经大学，2020.
[3] 杨毅 . 融媒体时代 VR 新闻的探索与启示——以《纽约时报》为例 [J]. 传媒，2020（10）：60-63.
[4] 张思慧 . 媒体融合背景下我国 VR 新闻的发展研究 [D]. 锦州：渤海大学，2019.
[5] 张钊瑜 .VR 新闻对新闻传播业态的重塑与反思 [J]. 新媒体研究，2019（6）：25-27+32.
[6] 张晓彤 . 主流媒体 VR 新闻生产研究 [D]. 哈尔滨：黑龙江大学，2019.
[7] 宁俊源，邢永川 . 关于 VR 新闻的文献综述 [J]. 新闻研究导刊，2018（23）：45-46+180.
[8] 韦笑，潘理安 .VR 技术：对新闻传播业态的影响与改变 [J]. 新闻与写作，2017（8）：100-102.

作者简介： 王紫萱（1986-），女，辽宁沈阳，辽宁广播电视台文艺中心二级导演，研究方向：传媒业态研究、电视节目研究、传媒品牌研究、影视戏剧导演创作。

（责任编辑：胡杨）